

“青草沙”酒酿造原水来自青草沙水库？水库方称“无关”

“青草沙”品牌谁来保护？

春节在即，喝酒“旺季”又到了。酒桌上的“青草沙”酒，是用来自上海青草沙水库的水酿造的吗？千万别这样认为——记者了解到多款“青草沙”酒，酿造中的水，就不是来自青草沙水库，而已被多个商家注册用于酒、蔬菜、鱼、虾、菌、豆制品、冰淇淋、托儿所、观光旅游运输服务等产品的“青草沙”商标，均被青草沙水库管理方“撇清关系”。

“青草沙”水不供应到崇明

作为“上海的创举，中国的创举，世界的创举”，世界上最大的河口江心水库——青草沙水库，是专家们眼中“代表一个时代的伟大工程”，于2011年6月8日正式建成通水后，不但从根本上改变了城市原水供应格局，惠及浦东新区、杨浦区、黄浦区、虹口区、静安区等区域总计1300万人口，并助力上海自来水水质对标国际一流标准。

在一定程度上，“青草沙”已成了上海优质水的代名词。

然而，记者近期在线上超市里发现了另一个“青草沙”——酒，既有“青草沙”原浆酒，也有“青草沙”崇明米酒，还有“青草沙”崇明原浆等。在一个线下超市里，99元的500毫升装“青草沙”崇明原浆商品标签上，甚至直接将酒名写为“青草沙原浆酒”。

这些酒的制造商均为上海飘香酿造股份有限公司，产地标为“上海市崇明区”。

当记者以代理身份咨询时，该公司一业务员汪小姐称，“青草沙”崇明原浆等酒就在崇明岛上酿造，水源应该来自于青草沙水库。

而记者从权威部门了解到，在以陈行水库、青草沙水库、崇明东风西沙水库、金泽水库为四大水源地的上海原水供应格局中，青草沙水库并不供应到崇明岛，崇明岛自来水的原水来自东风西沙水库。

“飘香酿造”公司最早注册

不用青草沙水库水酿造的酒，为什么还能标称“青草沙”？原来，上海飘香酿造股份有限公司注册了“青草沙”商标。

有关资料显示，在青草沙水库还没有建成前，该公司就于2009年5月31日申请注册“青草沙”商标，获准于2010年9月14日至2020年9月13日将“青草沙”商标用于纯净水（饮料）、果汁饮料（饮料）、可乐、矿泉水（饮料）、奶茶（非奶为主）、啤酒、汽水、水（饮料）、无酒精饮料、饮料制剂等商品。之后又于2010年10月21日再次申请，获准于2011年10月28日至2021年10月27日，将“青草沙”商标用于一系列酒产品，涉及含酒精液体、黄酒、酒（利口酒）、酒（饮料）、开胃酒、朗姆酒、料酒、葡萄酒、烧酒、威士忌酒等。

此后，该公司又于2016年4月28日与2017年8月23日继续申请，获准将“青草沙”商标用于更多酒类产品，涉及清酒（日本米

酒）、鸡尾酒、果酒、烈酒（饮料）、酒精饮料原浆、白酒、米酒等。

多家公司相中“青草沙”商标

继上海飘香酿造股份有限公司后，上海闲情偶寄家居用品有限公司、上海唐臣房地产经纪有限公司也都相中了“青草沙”。

来自国家知识产权局商标局中国商标网的信息显示，上海闲情偶寄家居用品有限公司于2014年1月22日申请后，获准在2015年3月7日至2025年3月6日期间，将“青草沙”商标用于一系列生活用品。产品包括：肉、食用水生植物提取物、甲壳动物（非活）、鱼（非活）、鱼制食品、虾（非活）、以果蔬为主的零食小吃、干食用菌、豆腐制品、脱水菜、谷（谷类）、活动物、贝壳类动物（活的）、柑橘、活鱼、新鲜的园艺草本植物、虾（活的）、新鲜水果、新鲜蔬菜、动物食品。此后又扩大至更多领域，包括广告、商业橱窗布置、商业管理咨询、特许经营的商业管理、市场营销、人事管理咨询、商业企业迁移、计算机数据库信息系统、商业审计、自动售货机出租、住所代理（旅馆、供膳寄宿处）、咖啡馆、餐馆、旅馆预订、茶馆、提供野营地设施、养老院、会议室出租、日间托儿所（看孩子）、出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿。

无独有偶。上海唐臣房地产经纪有限公司则在2016年11月22日首次申请注册后，获

得2018年2月14日至2028年2月13日的“青草沙”商标专用权，专用范围包括：冻酸奶（冰冻甜点）、米糕、以谷物为主的零食小吃、冰淇淋、以米为主的零食小吃、人食用的去壳谷物、米、挂面、粉丝（条）。2017年10月24日再次申请，获准在2018年10月21日至2028年10月20日期间，将“青草沙”商标用于另一系列产品或服务中，包括观光旅游运输服务、船只出租、安排游览、客车出租、安排游艇旅行、旅行预订等。

误导市场标志不得作为商标

这些公司注册的“青草沙”商标，不知情者可能会以为与青草沙水库有关。但记者咨询青草沙水库有关管理方时，得到的回复是：无关。

据了解，商标申请是自然人或者企业单位取得商标专用权的过程。申请人需要到国家商标局提出商标申请需求，经过形式审查和实质审查以后，才能颁发商标注册证。商标可分为文字商标、图形商标、声音商标、立体商标等。

北京盈科（上海）律师事务所高级合伙人赵星海律师认为，青草沙水库是上海市一个重大民生工程，与这个水库无关的“青草沙”产品会误导市场，误导消费者，甚至给青草沙水库带来负面影响，建议有关方面采取措施，让相应注册无效。 本报记者 罗水元

十分钟

邂逅《十分上海》

这个「八音盒」里的女孩能文能舞

伴着钢琴弹奏出的古典音乐，小人儿们踮起脚尖，重复着各式各样的舞蹈动作，宛如一只巨大的八音盒。这里是上海市舞蹈学校，临近期末，专业舞者们的期末“日常”与普通学生有何不同？我们走进这里，和孩子们一起待上15个小时，体会足尖上的青春。

清晨6时，天还没完全放亮，宿舍楼里的灯已经亮了。换好练功服，盘起长发，学生们匆匆跑进教学楼，来到舞蹈教室。新的一天，从“早功”开始。

为了保持良好的体态和训练状态，老师对学生的体重都有着严格的控制，特别是女生。芭蕾舞专业五年级的胡海慧今天早饭点了块炸鸡排，她辩解道，今天是特例，是为了上午的四节专业课训练补充体力。

舞蹈学校的期末有何不同？学生们既要忙着准备专业课的评分，又要兼顾语数英等文化课考试。

郑宇是这届芭蕾舞专业毕业班的班主任。学生们即将毕业，问到作为班主任是否会不舍？他开玩笑地说：“完全不会，让他们赶快离开学校吧！”嘴上说着不会，但他心里却很替学生们着急。不论是选择参加高考还是考舞团，竞争都相当激烈。下了课还一遍遍为他们细抠每个舞蹈动作。

一袭紫色的芭蕾舞裙从我们眼前掠过，跳跃、托举，同一组动作，两人在老师的指导下重复了许久。罗婧菲是这届芭蕾舞专业的“学霸”，第一次参加北京国际芭蕾舞比赛，就得了金奖。回忆起为比赛训练的那段时间，她当时累到都想放弃。每天穿上芭蕾舞鞋，练到脚后跟都磨破皮，第二天还要继续高强度的训练。伤口一遍遍被擦破，化脓，痛得像戳针一样，在舞台上却丝毫不能表现出来。即便如此，罗婧菲从不曾后悔选择了舞蹈。

新民晚报视频摄影部



扫二维码 查看更多视频

工行：“故宫陪你过大年”



在故宫背景板前拍一张故宫元素朋友圈照片

本报记者 周馨 摄

本报讯（首席记者 方翔）到银行网点可以拿到手写的“福”字、扮一回阿玛、格格，还有看到紫禁城的“宫门”和“城墙”……今天国内首批，也是上海首

家故宫特色银行网点亮相南京西路黄陂北路工商银行人民广场支行。

今天，不少市民游客路过位于南京西路黄陂北路的工行人民广场支行门口时，

会被一幅巨大的招贴画——“故宫陪你过大年”所吸引，招贴画上展现的是故宫博物院珍藏的剔红锦地八宝纹大吉字葫芦式挂屏。画上的“大吉者，上善若水；葫芦者，福禄相随”让人一下子有了过年的感觉。

“你好，我是钮钴禄小i。”在这家银行网点的大厅里，穿着传统中式服装的机器人会迎接你，解答你关于银行业务的各种问题。

与一般的工行网点中的统一色调相比，这里的故宫元素绝对是最大的亮点：天花板上一圈故宫万福宫灯，墙面上的故宫宫门模型，加上传统的投壶游戏，让人们感觉似乎来到了紫禁城。据工行人民广场支行行长黄烨介绍，对于客户来说，除了能够玩投壶游戏之外，还可以有机会参与吉签抽奖活动。对于年轻客户来说，朋友圈合影牌也是不错的选择，如果上传朋友圈的话，还可以在官微上领取相关的纪念品。

而在故宫文创区域，一些热门的故宫文创产品都可以看到实物，这也方便人们更加直观地了解文创产品本身，并到网上去下单。

据悉，工行人民广场支行的故宫特色网点将持续三个月。其间，网点还将推出具有故宫特色的存单以及联名信用卡的产品。

除了工行人民广场支行之外，像淮海中路第二支行、静安支行营业厅、闸北支行营业厅、虹口彩虹湾支行等也将成为故宫特色网点，届时市民将有更多选择去体验“故宫陪你过大年”。

“鸡尾酒疗法”让防控近视效果1+1>2

本报讯（记者 左妍）“目前我国近视发生低龄化、高度化的现象日趋严重，在日常工作中经常可以看到学龄前儿童首诊就有400度、500度甚至更高度数的近视。”昨天，由复旦大学附属眼耳鼻喉科医院主办的第八届“关爱近视微笑论坛”上，论坛主席、该院副院长周行涛教授介绍，近视治疗的方法很多，“鸡尾酒疗法”——低浓度阿托品+角膜塑形镜联合治疗，在近视防控领域可发挥

1+1>2的效果。

目前，近视防控的“三大法宝”是指：户外活动、低浓度阿托品及角膜塑形镜。研究表明每周10-14小时的户外活动时间能够有效预防近视发生，对已经近视的孩子也能延缓近视发展。充足的阳光能够刺激视网膜分泌多巴胺，抑制近视的增长；在医生指导下使用低浓度的阿托品眼药水能够有效抑制近视的增长；夜间睡眠佩戴、晨起摘掉的

OK镜也适用于近视快速增长的青少年。

去年11月，复旦大学附属眼耳鼻喉科医院上海角膜塑形镜研究团队发表了创新研究成果：对于快速进展期的近视患者，联合角膜塑形镜及低浓度阿托品治疗可显著减缓单纯使用角膜塑形镜控制近视效果不佳者的近视发展速度，发挥了1+1>2的治疗效果。该报道在国内外近视防控领域引起极大反响，是近视防控领域中的“鸡尾酒疗法”。